



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE FINANÇAS E CONTABILIDADE  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**LUCYAN SOARES DE OLIVEIRA**

**PERCEPÇÃO DOS GESTORES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO  
RAMO DE *FOODSERVICE* EM RELAÇÃO À CUSTOS: ESTUDO DE CASO EM  
UM *SHOPPING* DE JOÃO PESSOA**

**JOÃO PESSOA  
2019**

**LUCYAN SOARES DE OLIVEIRA**

**PERCEPÇÃO DOS GESTORES DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO  
RAMO DE *FOODSERVICE* EM RELAÇÃO À CUSTOS: ESTUDO DE CASO EM  
UM *SHOPPING* DE JOÃO PESSOA**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora Prof.<sup>a</sup> Dra. Adriana Fernandes de Vasconcelos.

**JOÃO PESSOA  
2019**

### **Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

O48p Oliveira, Lucyan Soares de .

Percepção dos gestores das micro e pequenas empresas do ramo de foodservice em relação à custos: Estudo de caso em um Shopping de João Pessoa / Lucyan Soares de Oliveira. – João Pessoa, 2019.  
39f.: il.

Orientador(a): Profª Dr.ª Adriana Fernandes de Vasconcelos.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Ciências Contábeis) – UFPB/CCSA.

1. Contabilidade. 2. Custos. 3. Foodservice. I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:657(043.2)

LUCYAN SOARES DE OLIVEIRA

**PERCEPÇÃO DOS GESTORES D MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DO RAMO  
DE FOODSERVICE EM RELAÇÃO À CUSTOS: UM ESTUDO DE CASO EM UM  
SHOPPING DE JOÃO PESSOA**

Esta monografia foi julgada adequada para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, e aprovada em sua forma final pela Banca Examinadora designada pelo Departamento de Finanças e Contabilidade da Universidade Federal da Paraíba.


**BANCA EXAMINADORA**

*Adriana F. de Vasconcelos*  
Presidente Dr (a) Adriana Fernandes DE VASCONCELOS (Orientador/a)

Instituição: UFPB

*Maria Sueli Arnoud Fernandes*  
Membro: Dr(a) Maria Sueli Arnoud Fernandes

Instituição: UFPB

  
Membro: Dr(a) Anna Paola Fernandes Freire

Instituição: UFPB

João Pessoa, 23 de Abril de 2019.

*Dedico esta minha pesquisa aos meus pais PAULO e IZA, a meus irmãos LEANDRO e LUAN e em especial a minha esposa ELINALVA, por todo esforço dedicado à minha vida.*

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus seja dada toda honra, louvor e glória, grato sou por todas as bênçãos derramadas em minha vida, obrigado por permitir chegar até aqui.

A minha esposa Elinalva Augusto, por sempre acreditar em mim e me apoiar nas horas mais difíceis dessa caminhada, sem você talvez eu não alcançaria.

Aos meus pais, Paulo Sérgio e Isa Maria pelo apoio e formação de caráter que me deram, mostrando sempre o caminho a seguir.

A todos meus professores pelo conhecimento transmitido ao longo de minha jornada acadêmica, em especial a minha professora orientadora pela assistência prestada durante a conclusão desse trabalho.

Aos meus amigos que, direta ou indiretamente, participaram da minha vida acadêmica, obrigado a todos.

“Vocês nunca conseguirão saber como um piloto se sente quando vence uma prova. O capacete oculta sentimentos incomprensíveis.”

Ayrton Senna

## RESUMO

As micro e pequenas empresas são de grande importância na economia brasileira, e as empresas do ramo de alimentação fora do lar (foodservice) estão inseridas nesse contexto. Para terem continuidade no mercado e alcancem bons resultados, é essencial que os gestores façam uso das informações contábeis, incluindo às relativas aos custos. Assim, o presente estudo teve como objetivo investigar a percepção dos gestores de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte sobre os custos. Os dados da pesquisa foram obtidos através de questionário aplicado a gestores de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte do ramo de *foodservice* localizados em um shopping de João Pessoa – PB. Os resultados demonstraram que, apesar dos gestores possuírem um entendimento básico sobre os conceitos de custos e a importância da sua aplicabilidade, estes não detêm o domínio das ferramentas disponíveis. Além disso observou-se que a contabilidade das empresas não disponibiliza informações eficientes acerca dos seus custos. Evidenciou-se que 93% dos respondentes concordam que ter um controle eficiente de custos ajuda a empresa a se manter no mercado, mas em contradição 62,5% afirmaram não utilizar a Contabilidade de Custos como ferramenta para auxiliar na gestão do negócio. Os resultados mostraram que os gestores precisam investir em capacitação para obter o melhor que a Contabilidade de Custos pode proporcionar como ferramenta na tomada de decisões.

**Palavras-chave:** Contabilidade. Custos. Foodservice



## **ABSTRACT**

Micro and small enterprises are of great importance in the Brazilian economy, and food businesses outside the home (foodservice) are inserted in this context. To be continued in the market and to achieve good results, it is essential that managers make use of accounting information, including cost information. Thus, the present study had as objective to investigate the perception of the managers of Micro and Small Enterprises on the costs. The research data were obtained through a questionnaire applied to microenterprise and Small Business managers of foodservice branch located in a shopping mall in João Pessoa - PB. The results showed that, although managers have a basic understanding of cost concepts and the importance of their applicability, they do not control the available tools. In addition, it was noted that company accounting does not provide efficient information about its costs. It was evidenced that 93% of the respondents agree that having an efficient control of costs helps the company to remain in the market, but in contradiction 62.5% stated that they do not use Cost Accounting as a tool to assist in the management of the business. The results showed that managers need to invest in capacity building to obtain the best that Cost Accounting can provide as a tool in decision making.

**Key words:** Accounting. Costs. Foodservice

## LISTA DE TABELA

Tabela 1 - Escala Likert – Mensuração .....	19
Tabela 2 - Perfil dos respondentes.....	21
Tabela 3 - Perfil das empresas pesquisadas.....	23
Tabela 4 - Execução da Contabilidade de Custos e geração de informações de custos .....	23
Tabela 5 - Percepção dos gestores sobre custos.....	24

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIA	Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação
ABRASCE	Associação Brasileira de <i>Shoppings Centers</i>
ABRASEL	Associação Brasileiras de Bares e Restaurantes
CMV	Custos da Mercadoria Vendida
EPP	Empresas de Pequeno Porte
FSD	Food Service Brasil
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ME	Microempresas
MEI	Microempreendedor Individual
MPE	Micro e Pequenas Empresas
PIB	Produto Interno Bruto
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
1.1 TEMA E PROBLEMA DA PESQUISA .....	11
1.2 OBJETIVOS.....	12
1.2.1 Geral .....	12
1.2.2 Objetivos Específicos .....	12
1.3 JUSTIFICATIVA .....	12
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEORICA .....</b>	<b>14</b>
2.1 MPE NO BRASIL .....	14
2.2 FOODSERVICE NO BRASIL .....	15
2.3 CONTABILIDADE DE CUSTOS E SUA IMPORTÂNCIA PARA A TOMADA DE DECISÃO.....	16
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>18</b>
3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA.....	18
3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	18
3.3 COLETA DE DADOS E TRATAMENTO DAS VARIÁVEIS.....	19
<b>4 ANALISE DOS RESULTADOS .....</b>	<b>21</b>
4.1 PERFIL DOS GESTORES .....	21
4.2 PERFIL DAS EMPRESAS .....	22
4.3 ANÁLISE DO CONHECIMENTO DOS GESTORES SOBRE CUSTOS .....	24
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>29</b>
<b>APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO APLICADO .....</b>	<b>35</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O número de Microempreendedor Individual (MEI), Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) tem crescido no país. Por serem empresas com um tratamento tributário diferenciado e de grande representatividade no mercado brasileiro, este tipo de entidade tem se destacado na economia do país. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2018) afirmou que, as empresas nessa classificação representam 98,5% do total de empresas privadas no Brasil, sendo responsável também por 27% do Produto Interno Bruto (PIB) gerando 54% dos empregos formais no país. A importância dessas entidades é reconhecida pela criação da Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte nº 123/2006, a qual regula e beneficia esses tipos de empresas contribuindo para o aumento do tempo de continuidade e possibilitando a competitividade no mercado.

Maia (2012, p.5) reforça que “as Micro e Pequenas Empresas (MPE) desempenham um papel fundamental na geração de emprego e renda, o que as credencia como instrumentos indutores do desenvolvimento econômico”.

Dentre esses tipos de empresas o setor de *foodservice* se destaca, segundo dados da Associação Brasileiras de Bares e Restaurantes (ABRASEL, 2018) este setor obteve um crescimento de 4,72% em 2017. Segundo a Revista Exame (2017) o faturamento das empresas desse ramo cresceu 6,2% em 2015, 5,2% em 2016 e 10,9% em 2017. Esse aumento deveu-se pela mudança de hábitos das famílias brasileiras no que se refere a alimentação fora de casa. Visando este mercado em expansão, muitas dessas empresas procuram se instalar em *Shoppings Centers*, devido ao alto fluxo de pessoas. Segundo a Associação Brasileira de *Shoppings Centers* (ABRASCE, 2017) foram quase 463 milhões de visitas por mês nos shoppings brasileiros no ano de 2017.

Todavia mesmo com a criação de uma lei específica e um regime tributário simplificado, ainda é alta a taxa de mortalidade das MPE no Brasil. Conforme o SEBRAE (2016) apenas 38% das empresas sobrevivem após os 5 anos. Estes números reforçam a fragilidade na gestão por partes dos empresários, os quais muitas vezes não dispõem de conhecimentos técnicos para administrar corretamente as empresas.

De acordo com o SEBRAE (2016), dentre as empresas que encerraram suas atividades, parte dos gestores tinham pouca experiência no ramo, tiveram pouco tempo para planejar, não tinham um acompanhamento relevante de suas receitas e despesas, não aperfeiçoavam seus produtos, não investiam na capacitação da mão de obra e não investiam em sua capacitação. Este estudo mostra que as empresas necessitam de um bom planejamento para o desenvolvimento correto de suas atividades.

Nesse contexto, a Contabilidade de Custos entra como ferramenta essencial para ajudar na gestão do negócio, pois possibilita um maior controle das informações para que tudo que foi planejado seja executado da melhor maneira possível. O gestor da empresa necessita estar em contínua capacitação, inclusive sobre os conhecimentos voltados aos custos da empresa, podendo assim entender as informações geradas pela sua contabilidade e tomar as melhores decisões possíveis.

O estudo realizado por Costa e Yoshitake (2004) sobre o uso das informações contábeis nas pequenas empresas em uma cidade localizada em Minas Gerais, identificou que essas organizações não utilizam as demonstrações financeiras produzidas pela contabilidade por acreditar que estas não retratam a realidade. De acordo com Favero *et al.* (2011) a Contabilidade procura servir aos desejos da sociedade, gerando informações relevantes para o controle e tomada de decisões.

Conforme Arruda (2011) no tocante a gestão de Custos, as MPE não utilizam das informações relativas a custos no processo decisório de seu negócio.

Em um setor competitivo como o de *foodservice*, onde as empresas buscam baratear os preços a fim de se manter no mercado, torna-se essencial conhecer sobre os seus custos, para tomar decisões corretas e não se desestruturar financeiramente. Conforme Carvalho e Lemes (2005), o empresário precisa conhecer e medir os custos, e assim conhecendo-os, pode avaliar quais deles podem ser reduzidos sem que seja afetado seu negócio.

## 1.1 TEMA E PROBLEMA DA PESQUISA

A Contabilidade de Custos contribui para a boa administração de uma empresa, mas nem sempre é reconhecida pelos seus gestores. Em pesquisa realizada por De Souza *et al.* (2014) com micro e pequenos empresários em

Londrina/PR foi evidenciado a falta de conhecimento por parte dos empresários em relação às ferramentas que a Contabilidade de Custos pode proporcionar para uma boa gestão, reforçando a importância do entendimento de custos para qualquer negócio.

Perante o apresentado, surge o seguinte problema de pesquisa: **Qual a percepção dos gestores das micro e pequenas empresas do ramo de *foodservice*, localizados em um *shopping center* de João Pessoa sobre os custos?**

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Geral

Investigar a percepção dos gestores das micro e pequenas empresas do ramo de *foodservice*, localizados em um Shopping de João Pessoa sobre os custos.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar se os gestores fazem uso da Contabilidade de Custos na gestão do negócio;
- b) Identificar se o gestor entende a importância da Contabilidade de Custos para o seu negócio;
- c) Averiguar o conhecimento dos gestores sobre os conceitos e ferramentas da Contabilidade de Custos.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Acredita-se na relevância desse estudo, devido à importância das MPE para a economia do Brasil, pois segundo dados do SEBRAE (2018) essas empresas representam cerca de 98,5% do total de empresas privadas, respondendo por um total de 27% do PIB e em torno de 54% dos empregos formais do país, atuando, principalmente, nos setores de comércio e serviços.

Dentro dos setores da economia tradicional, um dos mais representativos é o de *foodservice*, pois segundo o Food Service Brasil (FSB, 2016) o Brasil faturou nesse setor cerca de 184 milhões de reais, colocando-o na posição de quinto lugar

no mundo. As empresas deste setor estão inseridas em um ambiente que muda constantemente, é bastante competitivo, possui altos custos e baixa margem de lucro, o que requer para sua sobrevivência, organização e controle dos gastos. Este é um setor que por sua alta demanda, pode trazer vendas altas e elevados faturamentos para as empresas, mas seus altos custos e muitas vezes o excesso de mão de obra pode fazer com que tenham prejuízo na mesma proporção. Diante disto, o uso da Contabilidade de Custos nas empresas mostra-se como eficiente ferramenta no auxílio à tomada de decisão, pois com seu uso é possível aperfeiçoar os processos produtivos e diminuir desperdícios. Isto traz várias possibilidades para a empresa como tornar os preços dos produtos e serviços mais acessíveis, o que traz vantagem competitiva e auxilia para que elas alcancem uma posição significativa no mercado. Segundo Lippel (2002) neste setor, fazer um acompanhamento, conhecer e analisar todos os gastos e atividades é essencial para poder prever os custos e despesas, e assim reduzi-los, elimina-los ou otimizá-los.

Mesmo com todos os benefícios que o uso do conhecimento de custos pode agregar as empresas, às vezes, não é utilizada corretamente por falta de conhecimento da parte de seus gestores, ou pela ausência de sua utilização. Em estudo realizado por Cruz *et al.* (2013) os autores salientam que nem sempre as contribuições que a Contabilidade de Custos traz para a gestão de um negócio é reconhecida pelo empresário.

Desta forma, o presente estudo justifica-se, pois é necessário verificar o entendimento dos gestores do ramo de *foodservice* das MPE referente à Contabilidade de Custos, já que as informações por ela geradas são de suma importância para tomada de decisão, gestão e manutenção de qualquer negócio.



## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEORICA

O presente trabalho apresenta no decorrer da fundamentação teórica, as MPE no Brasil, o cenário das empresas de Foodservice no Brasil e a importância da Contabilidade de Custos para a tomada de decisão.

### 2.1 MPE NO BRASIL

As MPE são conceituadas no Brasil pela Lei complementar nº 123 de 2006, em seu art. 3, incisos I e II, e classificadas por sua receita bruta anual. São consideradas microempresas e pequenas empresas:

A sociedade empresarial, a sociedade simples, a empresa individual de responsabilidade limitada e o empresário a que se refere o art. 966 da Lei nº 10406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas jurídicas, conforme o caso, desde que:

I – no caso da microempresa, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$360000,00 (trezentos e sessenta mil reais); e

II – no caso de empresa de pequeno porte, aufera, em cada ano- calendário receita bruta superior a R\$360000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 4800000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais).

As Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) como dito na lei acima se diferenciam pelo faturamento. No ano de 2016 foi criada a Lei Geral da Microempresa e Empresas de Pequeno Porte, que ajudou a fortalecer esse tipo de empresa, pois criou um regime tributário específico para elas, que simplifica e une o recolhimento dos tributos em guia única, chamado de Simples Nacional que conta com um formato de pagamento de impostos baseado conforme a receita bruta. No Brasil segundo dados do SEBRAE (2018) o número de Microempresas era de 4,14 milhões em 2017, mas com uma projeção de crescimento para 4,66 milhões em 2022.

Em 2008 foi criado o Microempreendedor Individual (MEI) pela Lei Complementar 128/2008, com intuito de diminuir a informalidade. Entretanto para adesão há algumas restrições por se tratar de um regime diferenciado, seu faturamento não pode ultrapassar R\$ 81.000,00 no ano, possuir no máximo um empregado e não ser sócio ou titular de outra empresa. Contudo o tipo de atividade que o MEI pode exercer é limitado, conforme o Anexo XI da Resolução CGSN nº

140, de 22 de maio de 2018. O empreendedor que optar por esse tipo de empresa terá benefícios como direito à aposentadoria, facilidade de abertura de conta bancária, emissão de notas fiscais, auxílio doença pela Previdência Social, entre outras. No Brasil conforme pesquisa do SEBRAE (2017), no período de julho de 2009 a dezembro de 2016 foram cadastradas 6.649.896 milhões de empresas como MEI, o que representa uma média de aproximadamente 1 milhão de registros por ano.

As MPE possuem algumas características segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2003) são elas: presença excessiva dos proprietários, sócios e membros da família como funcionário do negócio, não cumprimento a separação do patrimônio da empresa com o do proprietário, altos índices de natalidade e mortalidade e falta de capacitação técnica dos gestores. Tal cenário prejudica a independência da empresa e contribuem para que estes índices de mortalidade continuem acentuados.

## 2.2 FOODSERVICE NO BRASIL

O segmento de alimentação fora do lar Foodservice cresce no Brasil mesmo em meio à crise dos últimos 2 anos, segundo a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (ABIA, 2018). O ano de 2017 foi marcado pela recuperação das vendas do canal foodservice, com um crescimento das vendas 6,8% comparando-se ao ano anterior.

Este segmento, está inserido em várias oportunidades de consumo, seja no café da manhã, almoço, lanche ou jantar. São diversos tipos de operação que este setor pode atuar, desde os mais tradicionais como: bares, restaurantes, padarias, lojas de conveniência como também em soluções de serviço voltados para indústria, saúde, educação, casas de entretenimento, entre outros.

Diversos fatores colaboram para o crescimento deste setor, conforme a ABIA (2018) os principais fatores para expansão deste mercado são:

- A mudança no estilo de vida da população, com demanda para alimentação mais conveniente, saudável e prática;
- Maior número de mulheres trabalhando fora do lar, demandando produtos e serviços de alimentação oferecidos pelas operadoras de *foodservice*.

- Novos formatos de negócios e serviços no canal de *foodservice* em sintonia com as demandas emergentes dos consumidores;
- Parcerias de longo prazo entre a indústria e operadores com foco na qualidade dos produtos e serviços;
- Desenvolvimento de novos centros de consumo no interior das diversas regiões do país, contrabalançando reduções momentâneas do nível de emprego e da renda dos grandes centros urbanos.

A forma de alimentação do brasileiro evoluiu, na nova realidade a qual população está inserida o tempo é algo valioso, o que acarreta em mais pessoas dispostas a alavancar este segmento. Este fato contribui para a evolução do setor de *foodservice* mantendo-o sempre aquecido, entretanto com bastante competitividade.

## 2.3 CONTABILIDADE DE CUSTOS E SUA IMPORTÂNCIA PARA A TOMADA DE DECISÃO

Para garantir o sucesso de toda e qualquer empresa é preciso saber tomar decisões que garantam um melhor desempenho. Para auxiliar nessa tomada de decisões existem várias ferramentas e dentre elas a Contabilidade se destaca, pois possibilita ao usuário uma gama de informações importantes para qualquer negócio. Reforçando a importância da contabilidade para tomada de decisão Marion (2007, p.23) diz que:

A Contabilidade é o grande instrumento que auxilia a administração a tomar decisões. Na verdade, ela coleta todos os dados econômicos mensurando-os monetariamente registrando-os e resumando-os em forma de relatórios ou de comunicados, que contribuem para a tomada de decisões.

Neste contexto a Contabilidade de Custos representa uma ramificação da área contábil, que busca gerar informações que auxiliam no planejamento, análise de desempenho, controle e tomada de decisão. Cabe a Contabilidade de Custos analisar os gastos decorrentes da produção ou da prestação de serviços, ajudando no processo de interpretação para facilitar o entendimento e tomada de decisão de qualquer empresa. Segundo Leone (2000) ela realiza a coleta de dados sejam externos ou internos, físicos ou monetários, organizando-os de tal forma que seja facilitado seu entendimento e análise. Corroborando com esse entendimento Crepaldi (2009, p.2) afirma que:

Contabilidade de Custos é uma técnica utilizada para identificar, mensurar e informar os custos dos produtos e/ou serviços. Ela tem a função de gerar informações precisas e rápidas para a administração, para tomada de decisões. É voltada para a análise de gastos da entidade no decorrer de suas operações.

A Contabilidade de Custos abrange não só analisar o custo da empresa como também está ligada ao processo decisório. Reforçando esse pensamento, Silva (2013) diz que por trabalhar com dados operacionais de vários tipos a Contabilidade de Custos atende as diversas necessidades gerenciais.

As empresas deste setor de *foodservice* algumas vezes crescem rapidamente, e por não estar preparada a gestão tem dificuldades em operar corretamente e muitas vezes tomam decisões incorretas por falta de conhecimento e comprometem a estrutura econômica, trazendo diversas consequências negativas. Segundo Martins (2010), com o aumento das empresas, cresce também a distância entre o administrador ativo e as pessoas administradas, é nesse momento que a Contabilidade de Custos surge como eficiente forma de auxiliar o controle e tomada de decisões gerenciais.

O entendimento básico da linguagem de custos para o processo de gestão empresarial é de grande importância, visto que muitos usuários das informações contábeis não tem um fácil entendimento dos muitos termos utilizados (DIAS FILHO, 2000).

Conforme De Souza et al. (2014), os sistemas de custos refinam os custos não perceptíveis nos produtos, fornecendo informações de fácil compreensão, fazendo com que o administrador tenha um maior domínio de seu negócio, tornando-o mais competitivo.

Sobre a importância das pequenas empresas fazerem uso dos sistemas de custos conforme Zamberlan e Ghilardi (2006) é necessário a verificação quanto a utilização dos sistemas de custos é de grande importância para as empresas de pequeno porte, pois a falta destas informações pode tornar as empresas vulneráveis a concorrência globalizada.

### 3 METODOLOGIA

No capítulo de metodologia explanaremos sobre a tipologia da pesquisa, os procedimentos metodológicos utilizados para sua realização e como foi realizado a coleta dos dados e o tratamento de suas variáveis.

#### 3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

Esta pesquisa tem natureza descritiva, pois tem por objetivo analisar características de uma determinada população para sua realização. Corroborando Gil (1996) afirma que este tipo de pesquisa objetiva a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o entendimento de relações entre variáveis.

No que tange ao tipo de abordagem utilizada, este estudo considerou aspectos quantitativos e qualitativos para sua realização, uma vez que seus dados foram obtidos através de questionário, analisando a percepção sobre custos dos gestores de micro e pequenas empresas do ramo de *foodservice*. Diante do exposto os resultados advindos desta pesquisa serão apresentados de forma quantitativa.

#### 3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

No que se refere aos procedimentos adotados para sua realização, este estudo utilizou-se da pesquisa de campo aplicada por meio de questionário estruturado em escala *Likert* a fim de extrair os dados e informações necessárias. Oliveira (2003) diz, que a coleta de dados permite entender sobre um fenômeno de forma realista. O questionário aplicado nesta pesquisa tem como objetivo identificar a percepção dos gestores de micro e pequenas empresas do ramo de *foodservice* na praça de alimentação de um *shopping center* em João Pessoa.

Durante a execução da pesquisa os dados foram coletados por meio de um questionário (Apêndice I). O questionário aplicado utilizou como base para sua elaboração o estudo de De Souza *et. al* (2014), no qual analisou a percepção dos micro e pequenos empresários acerca da contabilidade de custos. Foi utilizado o meio eletrônico, através da plataforma Google *Forms* para a coleta das respostas obtidas, estas dispostas entre os dias 04 a 07 de abril de 2019. O questionário foi

aplicado para 16 gestores de uma população de 23 micro empresas representando uma amostra de 69,6%.

O instrumento de coleta foi dividido em três partes. Inicialmente observou-se o perfil do gestor através de dados como sexo, idade e grau de instrução. Em seguida buscou-se identificar sobre o perfil das empresas. Posteriormente observou-se o entendimento e a percepção do gestor sobre a Contabilidade de Custos.

### 3.3 COLETA DE DADOS E TRATAMENTO DAS VARIÁVEIS

Para coleta das variáveis de interesse considerou-se questões relacionadas a identificar o perfil do respondente, o perfil das micro e pequenas empresas e o nível de conhecimento sobre os conceitos da Contabilidade de Custos, sua aplicabilidade e a sensibilidade do gestor quanto às informações por ela produzidas.

A primeira fase do questionário buscou entender o perfil do respondente como sexo, idade e grau de instrução para identificar o respondente.

O segundo nível do questionário, sobre o perfil das empresas, permitiu-se que as respostas fossem subjetivas para que o respondente pudesse informar os dados da empresa como faturamento, quantidade de funcionários e tempo de empresa.

Para a terceira parte tentou-se entender a percepção dos gestores sobre conceitos, utilização e aplicabilidade sobre a Contabilidade de Custos na empresa.

A medição das variáveis utilizou a escala *Likert* em uma sequência de 1 a 5 pontos para o terceiro nível do questionário, conforme a Tabela 1 (Escala *Likert* de Mensuração), com concordo, concordo parcialmente, indiferente, discordo e discordo parcialmente.

**Tabela 1 - Escala Likert – Mensuração**

Valor numérico	Relevância
1	Concordo
2	Concordo parcialmente
3	Indiferente
4	Discordo
5	Discordo parcialmente

Fonte: Elaboração própria (2019)

A escala *Likert* tem como objetivo a tradução de um dado qualitativo em formato numérico, compilando os dados e auxiliando o entendimento do

respondente e do pesquisador. Segundo Martins (2006) esta escala permite um conjunto de dados em formato de afirmações, as quais advém da opinião dos respondentes através dos pontos de escala.

Para responder o questionário o gestor teve que acessar a plataforma digital, sem a necessidade de identificação e atribuir valor numérico na escala *Likert* para cada questão apresentada conforme seu entendimento.

Para a realização da análise de resultados utilizou-se recursos de tabulação no software Microsoft Excel 2016 com geração de tabelas para melhor entendimento dos resultados.

## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Sobre a análise dos resultados será abordado sobre o perfil dos gestores pesquisados, o perfil das empresas analisadas e o conhecimento dos gestores sobre a Contabilidade de Custos.

### 4.1 PERFIL DOS GESTORES

A Tabela 2 apresenta o perfil dos gestores descrevendo a função exercida, o gênero, idade e grau de instrução, no qual representa a 1ª fase do questionário.

**Tabela 2 - Perfil dos respondentes**

Cargo na empresa	%	Gênero	%	Idade dos respondentes	%	Grau de instrução	%
Proprietário	43,8%	Masculino	62,5%	Até 20 anos	0%	Pós-Graduação	25%
				De 21 a 25 anos	6,3%	Graduação	43,8%
				De 26 a 35 anos	43,8%	Ensino Médio	31,3%
Gerente	56,3%	Feminino	37,5%	De 36 a 50 anos	37,5%	Ensino Fundamental	0%
				Acima de 50 anos	12,5%	Sem escolaridade	0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaboração própria (2019)

Sobre o delineamento do perfil dos respondentes, com relação ao gênero observou-se que o sexo masculino representou a maioria (62,5%), enquanto apenas 37,5% são do sexo feminino. Embora a amostra seja reduzida, pode-se demonstrar que os homens ainda são a maioria a ocupar os cargos gerenciais. Este resultado corrobora com os dados do IBGE (2018), o qual apresenta que o número de mulheres que ocupam cargo de gestão é de apenas 39,1%, contra os 60,9% de homens.

Posteriormente, foi verificada a idade dos respondentes, onde verificou-se que a maior parte dos respondentes é jovem, com idade entre 26 a 35 anos. Ao analisar a formação acadêmica dos gestores das empresas pesquisadas, verificou-se que os gestores possuem ao menos o ensino médio como formação. Expõe-se também que 43,8% dos gestores são graduados, enquanto 31,3% possuem apenas nível médio. Ao somar o número de graduados e pós-graduados, o número chega a quase 70%, demonstrando que a maioria dos gestores possuem um nível elevado de instrução.



Analisando sobre a função do entrevistado na empresa, verificou-se que 56,3% dos gestores são gerentes e os outros 43,8% proprietários, mostrando que a maioria das empresas possui alguém responsável para gerir as operações. Do total de gerentes (55,5%) possuem formação superior, e dentre os proprietários os com formação superior são representados por um percentual maior (85,7%).

Os resultados sobre o uso da Contabilidade de Custos como ferramenta para auxílio na tomada de decisão podem ser verificados no Gráfico 1.

**Gráfico 1 - Uso da Contabilidade de Custos como auxílio na tomada de decisão**



Fonte: Elaboração Própria (2019)

Os resultados mostram que apenas 37,5% dos pesquisados utilizam as informações produzidas e que um número significativo de gestores (62,5%) não fazem uso da Contabilidade de Custos como ferramenta para auxiliá-los na gestão, o que se mostra preocupante, levando em conta que essas informações são importantes para saber o real desempenho das empresas. Quando perguntado aos respondentes que afirmaram utilizar a Contabilidade de Custos para gestão, sobre quais decisões eram tomadas a partir das informações de custos, as respostas obtidas foram: redução de custos na compra de matéria-prima, gestão de pessoas, investimento e negociação com fornecedores. Isto demonstra que, a partir do momento em que a contabilidade gera informações para o gestor e ele está ciente de sua importância, ele utiliza como auxílio para tomadas de decisões, o que é importante para o mercado competitivo em que estas empresas estão inseridos.

## 4.2 PERFIL DAS EMPRESAS

A Tabela 3 revela o perfil das empresas pesquisadas com variáveis como, tempo de atuação, quantidade de funcionários e faturamento anual, representando a 2º fase do questionário.

**Tabela 3 - Perfil das empresas pesquisadas**

<b>Tempo de atuação</b>	<b>%</b>	<b>Quantidade de funcionários</b>	<b>%</b>	<b>Faturamento anual em reais</b>	<b>%</b>
Menos de 2 anos	6,3%	Até 10 funcionários	18,8%	Não quis informar	6%
De 3 a 5 anos	18,8%	De 11 a 15 funcionários	37,5%	De 60.000,00 a 360.000,00	12%
De 6 a 10 anos	25%	De 16 a 20 funcionários	12,5%	De 360.001,00 a 3.600.000,00	62,5%
De 11 a 20 anos	25%	De 21 a 25 funcionários	0,0%	De 3600.000,00 a 10.000.000,00	13%
Acima de 20 anos	25%	Acima de 25 funcionários	31,3%	Acima de 10.000.000,00	6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaboração própria (2019)

Analisando a Tabela 3, fica aparente um equilíbrio no tempo de existência das empresas no mercado, no entanto verifica-se somados os maiores percentuais que a maioria das empresas (75%) possuem no mínimo 6 anos de existência, o que mostra uma certa consolidação no mercado, pois segundo o SEBRAE (2016), apenas 38% das empresas sobrevivem após os 5 anos.

Como pode-se observar a maioria das empresas, aproximadamente 69%, possuem até 20 funcionários. Ao analisar o faturamento anual das empresas pesquisadas, foi constatado que 62,5% delas estão classificadas como pequenas empresas, pois tem faturamento que varia de R\$360.001,00 a R\$3.600.000,00. Dentre os gestores apenas 6% não informaram o faturamento anual da empresa.

A Tabela 4 descreve o modo de execução da contabilidade nas empresas pesquisadas e se a contabilidade gera informações de custos.

**Tabela 4 - Execução da Contabilidade de Custos e geração de informações de custos**

<b>Execução da Contabilidade</b>	<b>%</b>	<b>Geração de informações de custos pela Contabilidade</b>	<b>%</b>
Escritório de Contabilidade	100%	Sim	37,5%
Na própria empresa	0%	Não	62,5%

Fonte: Elaboração própria (2019)

Analisando sobre como é executada a Contabilidade na empresa, foi observado que 100% das empresas pesquisadas utilizam escritório de Contabilidade, o que mostra que não há investimentos para que ela seja executada na própria empresa. Isso é compreensível, uma vez que o tamanho das empresas não suporta o investimento a ser feito para ter uma contabilidade dentro da própria organização. Ainda na Tabela 4 é possível verificar se a Contabilidade gera informações de

custos, podemos perceber que 62,5% dos respondentes afirmaram que não é gerado informações de custos. Dos 37,5% que responderam que sim, apenas metade desse percentual soube responder quando perguntado sobre quais informações eram geradas. Dentre as respostas obtidas foram citados: custos com mão-de-obra, impostos e informações sobre Custos da Mercadoria Vendida (CMV). Diante destas informações percebe-se que os escritórios de contabilidade geram informações de custos de cunho mais financeiro do que gerencial, que possam de fato auxiliar na gestão correta dos custos das empresas. Estes resultados corroboram com o estudo de De Souza et al. (2014), em que foi observado que a maioria das empresas utilizava os serviços prestados pela contabilidade apenas para fins fiscais.

#### 4.3 ANÁLISE DO CONHECIMENTO DOS GESTORES SOBRE CUSTOS

Os resultados obtidos para essa análise são referentes a 3º fase do questionário verifica a percepção e conhecimento dos gestores em relação a custos e seu entendimento sobre a importância de ter a Contabilidade de Custos em sua empresa.

A Tabela 5 apresenta a totalidade das respostas por questão, por meio da escala *Likert*, sendo as possíveis respostas: Concordo-C, Concordo parcialmente-CP, Indiferente-I, Discordo-D e Discordo parcialmente-DP.

Tabela 5 - Percepção dos gestores sobre custos						(continua)
Questões	Afirmações	C	CP	I	D	DP
Q1	Custeio variável é um método que consiste no levantamento dos custos fixos, excluindo os custos variáveis, para encontrar o custo de um produto ou serviço.	18,8%	25,0%	25,0%	31,5%	0,0%
Q2	Custos variáveis são todos aqueles que se alteram de acordo com a produção.	81,3%	12,5%	6,3%	0,0%	0,0%
Q3	Custos fixos são aqueles relacionados diretamente as atividades da empresa e variam de acordo com a produção	31,3%	25,0%	6,3%	31,3%	6,3%
Q4	Os custos fixos são assim chamados, pois independem da quantidade produzida. Da mesma forma, o custo fio unitário é uniforme ao longo do período, não variando caso a quantidade produzida seja diferente mês a mês.	50,0%	25,0%	0,0%	18,8%	6,3%
Q5	Custos indiretos são aqueles que não podem ser associados diretamente a um produto ou serviço específico.	81,3%	12,5%	0,0%	0,0%	6,3%

**Tabela 5. Percepção dos gestores sobre custos****(conclusão)**

<b>Questões</b>	<b>Afirmações</b>	<b>C</b>	<b>CP</b>	<b>I</b>	<b>D</b>	<b>DP</b>
Q6	Os custos diretos são aqueles de fácil associação com o produto produzido. Ex: Matéria-prima	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Q7	A margem de contribuição é o resultado do preço de venda de um produto/serviço após diminuir os custos e despesas variáveis.	68,8%	6,3%	6,3%	18,8%	0,0%
Q8	Ponto de equilíbrio é obtido quando o saldo da receita se iguala aos custos e despesas.	62,5%	25,0%	0,0%	12,5%	0,0%
Q9	Além de auxiliar no planejamento, controle e desenvolvimento das atividades da empresa, o controle de gastos fornece informações sobre rentabilidade e desempenho.	87,5%	6,3%	0,0%	6,3%	0,0%
Q10	A falta de informações sobre custos pode trazer consequências como menor rentabilidade, mal gerenciamento de capital e ameaça a estabilidade financeira e econômica da empresa.	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Q11	Para obtenção de lucro em uma empresa, o preço de seus produtos ou serviços deve cobrir todos os custos advindos da produção e todas as despesas geradas por ela.	87,5%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Q12	Ter um controle eficiente de custos ajuda a empresa a se manter no mercado, podendo trazer vantagem competitiva, pois de posse das informações será possível fazer ajustes na produção e formação de preço de forma eficiente.	93,8%	6,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Q13	O uso correto das informações fornecidas pela Contabilidade de Custos maximiza o risco de decisões equivocadas, mostrando a verdadeira realidade da empresa.	50,0%	18,8%	6,3%	25,0%	0,0%
Q14	Reduzir os custos significa fabricar um produto ou prestar um serviço da mesma qualidade com um menor valor de gastos.	43,8%	37,5%	6,3%	12,5%	0,0%

Fonte: Elaboração própria (2019)

Analisando a afirmativa Q2 sobre custos variáveis, onde explanava que custos variáveis são todos aqueles que se alteram de acordo com a produção, os resultados foram que 81,3% dos gestores concordam com a afirmação, mostrando que a maioria parece apresentar um certo conhecimento sobre o assunto, porém ao aprofundarmos sobre o tema com uma questão composta por afirmação falsa sobre custeio variável (Q1), onde esperava-se que os gestores discordassem, o número dos que discordaram chegou apenas a 31,3% do total de respondentes. Esta afirmativa falsa afirmava que o custeio variável é um método que consiste no levantamento dos custos fixos, excluindo os custos variáveis, para encontrar o custo de um produto ou serviço. Ao unir os que concordaram com a questão com os que concordaram parcialmente, obtém-se um percentual de 43,8%, que é maior do que

o número dos que não concordaram com está afirmativa, porém ainda foi observado um considerável número de gestores que se mostraram indiferentes (25%), o que permite concluir que a maior parte dos gestores tem pouco conhecimento sobre custos e não tem domínio sobre o método de custeio variável.

Sobre custos fixos, a questão Q3, também falsa, explanava que os custos fixos são aqueles relacionados diretamente às atividades da empresa e variam de acordo com a produção. Nesta questão o percentual dos que concordavam igualou-se aos que discordavam, representado por 31,3% cada. Este resultado mostra a falta de um conhecimento mais detalhado sobre custos fixos, pois o início da afirmativa estava correto, mas a segunda parte da afirmação não, mostrando falta de domínio por parte dos gestores sobre o assunto. Vale salientar que o entendimento sobre custos fixos por parte dos gestores é fundamental, uma vez que grande parte dos custos desse tipo de empresa se enquadram como fixos.

A questão Q4 apresentava uma afirmação falsa, onde se declarava que os custos fixos são assim chamados pois independem da quantidade produzida e que o custo fixo unitário é uniforme ao longo do período, não variando caso a quantidade produzida seja diferente mês a mês. Nesta questão 50% dos pesquisados concordaram com a afirmativa e 25% concordaram parcialmente. Juntando-se esses resultados, verifica-se o maior índice entre os que concordaram com uma afirmativa falsa, mostrando que os gestores não entendem o conceito de custo fixo, total ou unitário.

Sobre o conhecimento dos gestores em relação aos custos indiretos a questão Q5 afirmava que os custos indiretos são aqueles que não podem ser associados diretamente a um produto ou serviço específico. Verificou-se que 81,3% dos gestores concordam com a afirmação, havendo um pequeno percentual dos que discordavam (6,3%). Esta análise demonstra que os gestores tem conhecimento sobre o tema pois, apenas um percentual baixo de respondentes discordaram da afirmativa.

Falando sobre os custos diretos a questão Q6 explicitava que, os custos diretos são aqueles de fácil associação com o produto produzido a exemplo, matéria-prima. Dos respondentes 75% concordaram com a afirmativa, o restante 25% concordaram parcialmente. Estes números demonstram o conhecimento dos gestores em relação a custos diretos, visto que todos concordam, de certo modo, com a afirmação.

Verificou-se através da questão Q7, composta por uma afirmação sobre margem de contribuição, ficou evidente que a maior parte dos gestores tem conhecimento sobre o assunto, pois 68,8% dos respondentes concordaram com a afirmação. Tal questão explicitava que a margem de contribuição é o resultado do preço de venda de um produto/serviço após diminuir os custos e despesas variáveis.

A questão Q8 abordou o assunto ponto de equilíbrio. O enunciado da questão declarava que ponto de equilíbrio é obtido quando o saldo da receita se iguala aos custos e despesas. Esta questão se trata de um tema importante pois é possível através deste, identificar o mínimo de faturamento que a empresa precisa ter para não obter prejuízo. Na análise foi observado que a maior parte dos gestores possuem conhecimento do assunto, 62,5% deles concordaram com a afirmativa, 25% concordaram parcialmente e apenas 12,5% discordaram.

A temática controle de gastos era representado pela questão Q9, onde se afirmava que além de auxiliar no planejamento, controle e desenvolvimento das atividades da empresa, o controle de gastos fornece informações importantes sobre rentabilidade e desempenho. Tal afirmativa está correta e demonstrou nos resultados que os gestores entendem a necessidade de possuir um controle eficiente de gastos, pois de todos os pesquisados apenas 6,3% discordaram da questão.

Sobre as consequências causadas pelo não uso da Contabilidade de Custos dentro das empresas, resultado disposto na Q10, onde 100% dos gestores concordaram com a afirmativa. Esta questão afirma que a falta de informações sobre custos pode trazer consequências como menor rentabilidade, mal gerenciamento de capital e ameaça à estabilidade financeira e econômica da empresa. Tal resultado demonstra que os gestores reconhecem que a empresa necessita de informações sobre custos para operar corretamente.

Explanando sobre como uma empresa pode obter lucro, a questão Q11 dizia que para a obtenção de lucro em uma empresa, o preço de seus produtos ou serviços deveria cobrir todos os custos advindos da produção e de todas as despesas geradas por ela. Nesta questão esperava-se que todos concordassem com a afirmação, o que ficou confirmado haja vista que 87,5% concordam e os 12,5% restantes concordam parcialmente.

Na questão Q12 observou-se que 93,8% dos gestores concordaram com a afirmação, onde se afirmava que ter um controle eficiente de custos ajuda a

empresa a se manter no mercado, podendo trazer vantagem competitiva, pois de posse das informações será possível fazer ajustes na produção e formação de preço de forma eficiente. Se somarmos aos respondentes que concordaram parcialmente, podemos afirmar que 100% dos gestores concordam com a afirmação, mostrando o entendimento da importância que a Contabilidade de Custos, usada de forma eficiente, pode trazer a empresa a fim que ela se mantenha competitiva no mercado.

A questão Q13 tratava-se de uma afirmação falsa sobre a importância do uso correto das informações geradas pela Contabilidade de Custos. Os números obtidos da questão pesquisada, demonstram o não entendimento sobre a importância de se usar as informações de custos para tomar decisões corretas, pois 50% dos respondentes concordaram com a afirmação falsa, sem contar os 25% que concordaram parcialmente. A questão falava que o uso correto das informações fornecidas pela Contabilidade de Custos maximiza o risco de decisões equivocadas, mostrando a verdadeira realidade da empresa. Nesta questão o único erro está em afirmar que, usar corretamente as informações maximizaria o risco de tomar decisões equivocadas.

Analisando por último a percepção dos gestores sobre o que significa reduzir os custos, foi observado que se considerar os 43,8% que concordam somados aos 37,5% que concordaram parcialmente, percebe-se que a maior parte dos gestores tem conhecimento sobre redução de custos e a maneira correta de executá-los. A questão analisada Q14 alega que reduzir os custos significa fabricar um produto ou prestar um serviço da mesma qualidade com menor valor de gastos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de tomada de decisão em uma empresa não é algo simples. Os gestores necessitam dispor de informações necessárias para o gerenciamento do negócio. Entender os conceitos e ferramentas da Contabilidade de Custos é essencial para auxiliar o gestor a tomar decisões mais precisas.

Sabe-se que a maior parte das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte não possuem uma estrutura organizada, o que muitas vezes ocasiona o encerramento das atividades precocemente. As empresas do setor de foodservice estão inseridas em um mercado bastante competitivo, com isso faz-se necessário que o planejamento e controle dos custos seja eficiente, pois a Contabilidade de Custos proporciona diversas ferramentas para o alcance dessa eficiência afim de minimizar os custos incorridos e impactando na maximização dos lucros.

O desenvolvimento deste estudo proporcionou uma análise sobre a percepção dos gestores de micro e pequenas empresas do ramo de foodservice em relação a importância e entendimento dos gestores sobre os conceitos e ferramentas da Contabilidade de Custos, bem como o entendimento sobre sua importância e aplicabilidade.

Desta forma, respondendo ao proposto, observa-se que as empresas demonstraram não possuir uma eficiente administração de seus custos. De certa forma pode-se dizer que essa ineficiência é ocasionada não só pela falta de conhecimento de seus gestores, mas também pela falta da qualidade nas informações geradas pelos escritórios de contabilidade, responsáveis pelas informações de custos. De modo geral, os gestores analisados apresentaram conhecimento básico sobre custos, entendendo também sua importância para a boa gestão, mas demonstraram dificuldades quando o tema é aprofundado.

Neste contexto, sugere-se que os gestores das MPE invistam em capacitação sobre assuntos voltados a gestão dos custos para ter um melhor entendimento e poder aplicar as ferramentas disponíveis com maior eficiência. Percebe-se também uma fragilidade nos serviços prestados pelos escritórios de contabilidade quanto à produção das informações de custo, propondo-se nesse sentido o aperfeiçoamento do serviço afim de produzir e auxiliar os gestores quanto à aplicabilidade das técnicas para redução de custos e gestão dos produtos e serviços ofertados pelas MPE.



Isto posto, recomenda-se a continuidade da pesquisa sobre o setor de foodservice, haja vista sua importância para a economia do Brasil. Trabalhos futuros com amostras maiores poderão contribuir ainda mais para o enriquecimento do tema.

## REFERÊNCIAS

ABIA – 11º Congresso Internacional de Food Service. **O mercado**. Disponível em: <https://www.abia.org.br/cfs2018/mercado.html>. Acesso em: 11 abr. 2019.

ABRASEL – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BARES E RESTAURANTES.

**Orçamento das famílias brasileiras**. Disponível em:

<http://www.abrasel.com.br/component/content/article/7-noticias/5955-14032018-apos-2-anos-de-retracao-orcamento-das-familias-para-gastos-fora-do-lar-cresce-472.html>. Acesso em: 19 dez. 2018.

ABRASCE – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS. **Desempenho da Indústria de Shopping Centers do Brasil**. Disponível em:

<https://abrasce.com.br/monitoramento/desempenho-da-industria>. Acesso em: 20 dez. 2018.

ARRUDA, B. H. N. et al. Análises de sistemas de custeio nas micro e pequenas empresas do segmento metalúrgico de Dourado - MS e região. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 18, 2011, Rio de Janeiro. **Anais [...]** Rio de Janeiro: Associação Brasileira de Custos, 2011.

CARVALHO, N.; LEMES, S. **Contabilidade Internacional: Aplicação IFRS**. 4ª Reimpressão. São Paulo: Atlas, 2005.

COSTA, D.F.; YOSHITAKE, M. O controle e a informação contábil nas pequenas empresas. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 17, 2004, Santos. **Anais [...]** Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2004. 160p.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Curso básico de contabilidade de custos**. São Paulo: Atlas, 2009.

CRUZ, V.; MORAIS, R.; LIMA, H. S.; MORAIS, E. P. A. **A utilização da contabilidade de custos para a tomada de decisão**: um estudo sobre as necessidades de informações dos micro e pequenos empresários, do estado da Paraíba, realizado através do projeto de extensão. ENEX PRAC Universidade Federal da Paraíba, 2013.

DE SOUZA, Luciane Regina et al. A percepção dos empresários de micro e pequenas empresas acerca da contabilidade de custos. *In*: XXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 2014, Vitória. **Anais [...]** Paraná: Universidade Federal do Paraná, 2014.

DIAS FILHO, J. M. **A linguagem utilizada na evidenciação contábil**: uma análise de sua compreensibilidade à luz da teoria da comunicação. FIPECAFI, v.13, n. 24, p. 38-49, jul./dez. 2000.

EXAME.COM. **Segundo pesquisas 34% dos brasileiros gastam com alimentação fora do lar.** 28 abr.2017. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/segundo-pesquisa-34-dos-brasileiros-gastam-com-alimentacao-fora-do-lar-shtml/>. Acesso em 01. abr. 2019

FAVERO, Hamilton Luiz et al. **Contabilidade:** teoria e prática. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FB – FOOD AND BEVERAGE. **Brasil é o quinto maior mercado no setor de Food Service no mundo.** Disponível em: <https://foodandbeverage.com.br/brasil-quinto-maior-setor-de-food-service/>. Acesso em: 05 jan. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4ª edição, Editora Atlas, São Paulo, 1996.

HORNGREN, C. T.; FOSTER, G.; DATAR, S. **Cost accounting:** a managerial emphasis. 9. ed. New Jersey: Prentice Hall, 1997.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Estatística de Gênero:** responsabilidade por afazeres afeta inserção das mulheres no mercado de trabalho. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20232-estatisticas-de-genero-responsabilidade-por-afazeres-afeta-insercao-das-mulheres-no-mercado-de-trabalho>. Acesso em: 28 fev. 2019

LEONE; George S. Guerra. **Curso de Contabilidade de Custos.** Editora Atlas S.A. 2000 São Paulo, 2ª Edição

LIPPEL, Isabela Laginsk. **Gestão de Custos em restaurantes utilização do método ABC.** 2002. Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/83249/192881.pdf?sequence=1>. Acesso em: 05 jan. 2019.

MAIA, Adriano Filipe da Silva. **Inovação em micro e pequenas empresas:** uma análise do caso brasileiro. Orientadora: Marisa dos Reis Azevedo Botelho. 2012. 117 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2012.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial.** 13.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** 10 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINS, Gilberto. **Estudo de caso:** uma estratégia de pesquisa. Editora Atlas, São Paulo, 2006.

MONTEIRO, J. M.; BARBOSA, J. D. **Controladoria Empresarial: gestão econômica para as micros e pequenas empresas.** Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo, v. 5, n. 2, mai./ago. 2011.

PINTO, J.; SILVEIRA, A.; DOMINGUES, M. J. C. S. Ensino de custos no curso de administração da Universidade do Oeste de Santa Catarina. *In*: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 8, São Paulo, USP. **Anais [...]** São Paulo: FEA/USP, 2008.

REBELATO, Marcelo Giroto. Uma análise sobre a estratégia competitiva e operacional dos restaurantes self-service. **Revista Gestão & Produção: Volume 04, nº 03**, p. 321-334, dezembro/1997.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Panorama Sebrae.** 2018. Disponível em: [https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/06/Panorama-Sebrae\\_052018.pdf](https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2018/06/Panorama-Sebrae_052018.pdf). Acesso em: 19 fev. 2019.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Causa mortis:** O sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida. Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa\\_mortis\\_2014.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Anexos/causa_mortis_2014.pdf). Acesso em: 22 dez. 2018.

SEBRAE - SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Pequenos negócios em números.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/sebraeaz/pequenos-negocios-em-numeros,12e8794363447510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 18 dez. 2018.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Micro e pequenas empresas geram 27% do PIB do Brasil.** Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/noticias/micro-e-pequenas-empresas-geram-27-do-pib-do-brasil,ad0fc70646467410VgnVCM2000003c74010aRCRD>. Acesso em 18 dez. 2018.

SEBRAE – SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Perfil das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.** Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RO/Anexos/Perfil%20das%20ME%20e%20EPP%20-%2004%202018.pdf>. Acesso em 18 dez. 2018.

SILVA, D. & SIMON, F. O. Abordagem quantitativa de análise de dados de pesquisa: construção e validação de escala de atitude. **Cadernos do CERU**, 2(16), 11-27, 2005.

STROEHER, A. M.; FREITAS, H. **O uso das informações contábeis na tomada de decisão em pequenas empresas.** Revista RAUSP-e, v1, n.1, Jan-Jun 2008.

WERNKE, Rodney. **Gestão de custos:** Uma abordagem prática. São Paulo: Atlas, 2001, p. 175.

ZAMBERLAN, C. O.; GHILARDI, W. J.; MINELLO, I. F. Relevância dos sistemas de custos para as pequenas empresas. **Revista Organizações em Contexto**, v. 1, n. 2, p. 25-46, 2005.

## APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO APLICADO

### PERCEPÇÃO DOS GESTORES DO RAMO DE FOODSERVICE EM RELAÇÃO À CUSTOS: ESTUDO DE CASO EM UM SHOPPING DE JOÃO PESSOA

Prezado respondente,

Este questionário tem por objetivo coletar dados para a elaboração de um Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) no Curso de Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba.

Sua participação é voluntária e as respostas serão tratadas preservando o sigilo das informações.

Este instrumento é composto por 20 perguntas, com tempo médio para as respostas de 10 minutos.

Desde já, agradeço sua colaboração.

Lucyan Soares de Oliveira

Aluno de graduação de Ciências Contábeis – UFPB

Orientadora Prof.<sup>a</sup> Dra. Adriana Fernandes de Vasconcelos.

## QUESTIONÁRIO

### GÊNERO

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

### IDADE

- ☐ Até 20 anos
- ☐ De 21 à 25 anos
- ☐ De 26 à 35 anos
- ☐ De 36 à 50 anos
- ☐ Acima de 51 anos

### FORMAÇÃO ACADÊMICA

- ☐ Pós graduação
- ☐ Graduação
- ☐ Ensino médio
- ☐ Ensino fundamental
- ☐ Sem escolaridade

### QUAL SEU CARGO NA EMPRESA?

- ☐ Proprietário
- ☐ Gerente

### QUANDO A EMPRESA INICIOU SUAS ATIVIDADES?

R. \_\_\_\_\_

### QUANTOS FUNCIONÁRIOS A EMPRESA POSSUI?

R. \_\_\_\_\_

**QUAL O FATURAMENTO ANUAL DA EMPRESA?**

R. \_\_\_\_\_

**A CONTABILIDADE DA EMPRESA É FEITA DE QUE FORMA?**

- ☐ Na própria empresa  
☐ Através de escritório de contabilidade

**A CONTABILIDADE GERA INFORMAÇÕES DE CUSTOS?**

- ☐ Sim  
☐ Não

**CASO TENHA RESPONDIDO SIM, QUAIS?**

R. \_\_\_\_\_

**UTILIZA A CONTABILIDADE DE CUSTOS COMO FERRAMENTA PARA AUXILIAR NA GESTÃO DO NEGÓCIO?**

- ☐ Sim  
☐ Não

**CASO TENHA RESPONDIDO SIM, QUAIS OS TIPOS DE DECISÕES SÃO TOMADAS A PARTIR DAS INFORMAÇÕES DE CUSTOS?**

R. \_\_\_\_\_

PERGUNTAS	CONCORDO	CONCORDO PARCIALMENTE	INDIFERENTE	DISCORDO	DISCORDO PARCIALMENTE
Custeio variável é um método que consiste no levantamento dos custos fixos, excluindo os custos variáveis, para encontrar o custo de um produto ou serviço.					
Custos variáveis são todos aqueles que se alteram de acordo com a produção.					
Custos fixos são aqueles relacionados diretamente as atividades da empresa e variam de acordo com a produção.					
Os custos fixos são assim chamados, pois independem da quantidade produzida. Da mesma forma, o custo fixo unitário é					

uniforme ao longo do período, não variando caso a quantidade produzida seja diferente mês a mês.					
Custos indiretos são aqueles que não podem ser associados diretamente a um produto ou serviço específico.					
Os custos diretos são aqueles de fácil associação com o produto produzido. Ex: Matéria-prima.					
A margem de contribuição é o resultado do preço de venda de um produto/serviço após diminuir os custos e despesas variáveis.					
Ponto de equilíbrio é obtido quando o saldo da receita se iguala aos custos e despesas.					
Além de auxiliar no planejamento, controle e desenvolvimento das atividades da empresa, o controle de gastos fornece informações importantes sobre rentabilidade e desempenho.					
A falta de informações sobre custos pode trazer consequências como menor rentabilidade, mal gerenciamento de capital e ameaça a estabilidade financeira e econômica da empresa.					
Para obtenção de lucro em uma empresa, o preço de seus produtos ou serviços deve cobrir todos os custos advindos da produção e todas as despesas geradas por ela.					
Ter um controle eficiente de custos ajuda a empresa a se manter no mercado, podendo trazer vantagem competitiva,					



pois de posse das informações será possível fazer ajustes na produção e formação de preço de forma eficiente.					
O uso correto das informações fornecidas pela Contabilidade de Custos maximiza o risco de decisões equivocadas, mostrando a verdadeira realidade da empresa.					
Reduzir os custos significa fabricar um produto ou prestar um serviço da mesma qualidade com um menor valor de gastos.					